



## 株式会社スマレジ

2026年4月期 通期オンライン決算説明会

2026年6月15日

## イベント概要

---

[企業名]	株式会社スマレジ
[企業 ID]	4431
[イベント言語]	JPN
[イベント種類]	決算説明会
[イベント名]	2026 年 4 月期 通期オンライン決算説明会
[決算期]	2026 年度 通期
[日程]	2026 年 6 月 15 日
[ページ数]	24
[時間]	10:30 – 11:23 (合計：53 分、登壇：14 分、質疑応答：39 分)
[開催場所]	インターネット配信
[会場面積]	
[出席人数]	
[登壇者]	3 名 代表取締役 宮崎 龍平 (以下、宮崎) 取締役 高間 紘平 (以下、高間) 取締役 高橋 徹弥 (以下、高橋)

# 登壇

**司会**：定刻となりましたので、開始いたします。株式会社スマレジ 2026年4月期通期決算説明会にご参加いただき、誠にありがとうございます。早速ですが、本日の流れをご案内します。

まずは通期の決算概要についてご説明いたします。続いて、業績の見通しについて解説し、最後にQ&Aセッションを予定しています。それでは宮崎さん、お願いします。

**宮崎**：本日は決算説明会にご参加いただき、誠にありがとうございます。代表取締役の宮崎です。先週末、2026年4月期通期決算を発表いたしました。本日は皆様の貴重なお時間を最大限活かすために、私からの解説はポイントを絞って前半20分弱にとどめます。細かな事業、KPIの解説は割愛しまして、2026年4月期の業績、収益構造の変化、そして2027年4月期の業績見通しを中心に説明させていただきます。

残りの時間は質疑応答、ディスカッションに充てさせていただきます。本日のQ&Aに関しましては、取締役3名が対応いたします。事業の全体方針だけでなく、現場の状況や決済領域の戦略につきましても、ぜひ幅広くご質問ください。おおよそ10時50分頃に質疑に入る進行を想定しております。

それではまず私から、2026年4月期の業績と、2027年4月期の業績見通しについてご説明いたします。

## もくじ

2

P3	2026年4月期 決算概要
P20	事業の状況
P35	2027年4月期 業績の見通し
P39	Appendix

### 連結決算への移行と過年度遡及修正について

2024年12月に株式会社ネットショップ支援室を子会社化し、2025年4月期3Q（2025年1月）から連結決算を開始しました。2026年4月期2Qに子会社化に伴う無形資産の評価（PPA）が確定したため、過年度の数値を遡及修正しました。本資料の2025年4月期3Q～2026年4月期1Qの関連する数値は、従前の開示資料と一部異なります。

#### 当資料における表記の定義

数値：表示単位未満を切り捨て 比率：小数第2位を四捨五入

スマレジ

最初に、決算説明資料 2 ページをご覧ください。株式会社ネットショップ支援室の子会社化に伴いまして、2025 年 4 月期第 3 四半期より連結決算へ移行しております。また、子会社化に伴う会計処理が確定したため、過去の一部数値を遡及修正しております。この点を踏まえて以降のご説明をご覧ください。



続きまして、3 ページの業績ハイライトです。2026 年 4 月期は最重要指標である ARR が、前年同期比プラス 27.4%の 110 億 5,500 万円となりました。売上高、営業利益も大きく伸長し、いずれも過去最高を更新しております。従業員数も増加しておりまして、今後の成長に向けた組織強化も進んでおります。

13年連続増収、4年連続増益により、FY2026も過去最高益を更新！レジ周辺機器の一括販売（機器販売等：フロー）から機器サブスク※1（月額利用料等：ストック）への戦略的転換が進み、月額利用料等は+31.7%伸長

(百万円)	FY2026 May 2025 - Apr. 2026	FY2025 May 2024 - Apr. 2025	YoY	FY2026 通期計画	通期計画 達成率
売上高	13,345	11,066	+20.6%	13,149	101.5%
機器販売等 ※2	2,823	3,049	-7.4%	2,763	102.2%
月額利用料等 ※2	10,090	7,664	+31.7%	9,957	101.3%
営業利益	3,216	2,380	+35.2%	2,954	108.9%
経常利益	3,186	2,362	+34.9%	2,954	107.9%
親会社株主に帰属 する当期純利益	2,228	1,645	+35.5%	2,016	110.5%

売上高の推移



営業利益・経常利益の推移



※1 周辺機器を月額定額でレンタルできるサブスクリプションサービス。  
 ※2 保守サービスの区分変更に伴い過年度実績を遡及修正したため、FY2025実績数値は従前の開示数値とは異なります。  
 補足：売上高内訳は機器販売等と月額利用料等のみ表示している為、これらの合計は売上高と一致しません。

スマレジ

続いて、4 ページをご覧ください。2026 年 4 月期は 13 期連続の増収、4 年連続の増益となりまして売上高、利益ともに通期計画を上回って着地いたしました。今回の決算のポイントは、売上の成長に加えまして、収益構造の変化による利益成長が、売上成長を上回った点です。レジ周辺機器につきましては、一括販売から機器サブスクへの転換が進み、月額利用料等が大きく伸長しました。この変化が、以降の粗利率や営業利益率の改善に繋がっております。

ストック型収益の拡大により売上高はYoY+20.6%と、成長を継続。売上構成の変化と売上総利益率の改善により、売上成長を上回るYoY+35.2%の利益成長を達成し、収益力の向上を形成

(百万円)	FY2026 May 2025 - Apr. 2026					FY2025 May 2024 - Apr. 2025	YoY
	1Q	2Q	3Q	4Q	累計		
売上高	3,013	3,250	3,350	3,730	13,345	11,066	+20.6%
売上原価	1,029	1,134	1,095	1,313	4,572	4,305	+6.2%
売上総利益	1,984	2,116	2,255	2,416	8,772	6,760	+29.8%
販売費及び 一般管理費	1,391	1,387	1,347	1,428	5,556	4,380	+26.8%
営業利益	592	728	907	987	3,216	2,380	+35.2%
経常利益	595	739	903	947	3,186	2,362	+34.9%
親会社株主に帰属 する当期純利益	385	502	642	697	2,228	1,645	+35.5%

収益構造



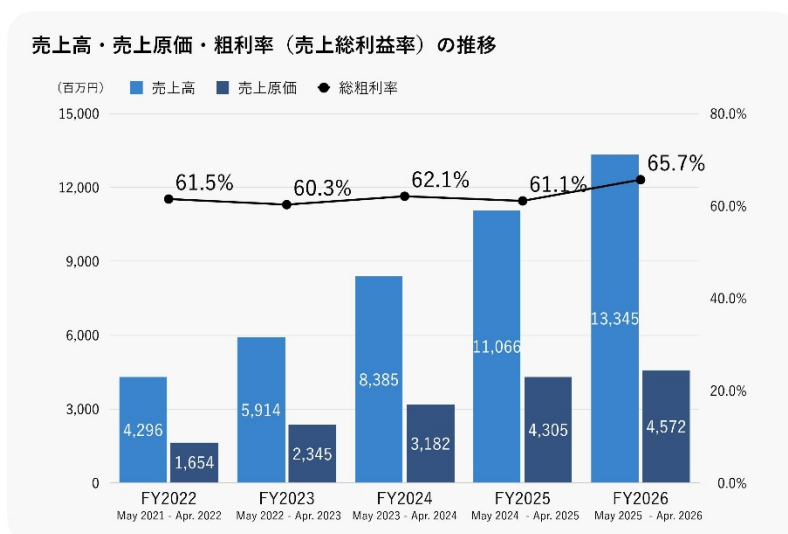
スマレジ

5 ページ、損益計算書です。売上高はストック型収益の拡大によりまして、前年同期比プラス 20.6%の 133 億 4,500 万円となりました。売上原価の伸びは 6.2%にとどまりまして、売上総利益は前年同期比プラス 29.8%と、売上高の成長を上回って拡大しております。販管費は採用強化やマーケティング投資などにより増加しましたが、売上総利益の伸びがそれを吸収し、営業利益は前年同期比プラス 35.2%となりました。つまり、成長投資を継続しながらも、収益力の改善により、利益成長を実現できた 1 年だったと捉えております。

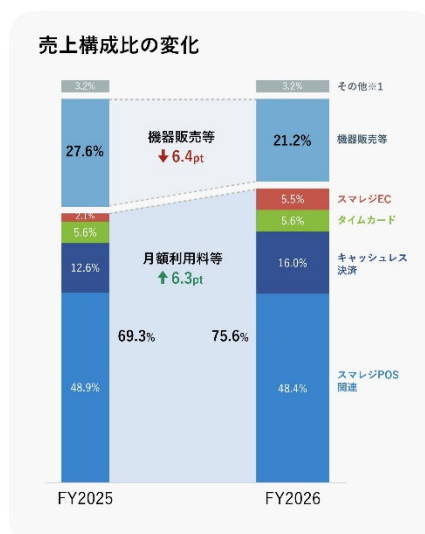
**連結 売上高内訳・売上原価・粗利率の推移**

2026年4月期 決算概要 6

機器サブスクの利用増加により、初期機器販売から月額利用料への転換が加速。  
売上原価がYoY+6.2%に抑制され、粗利率は65.7%に向上



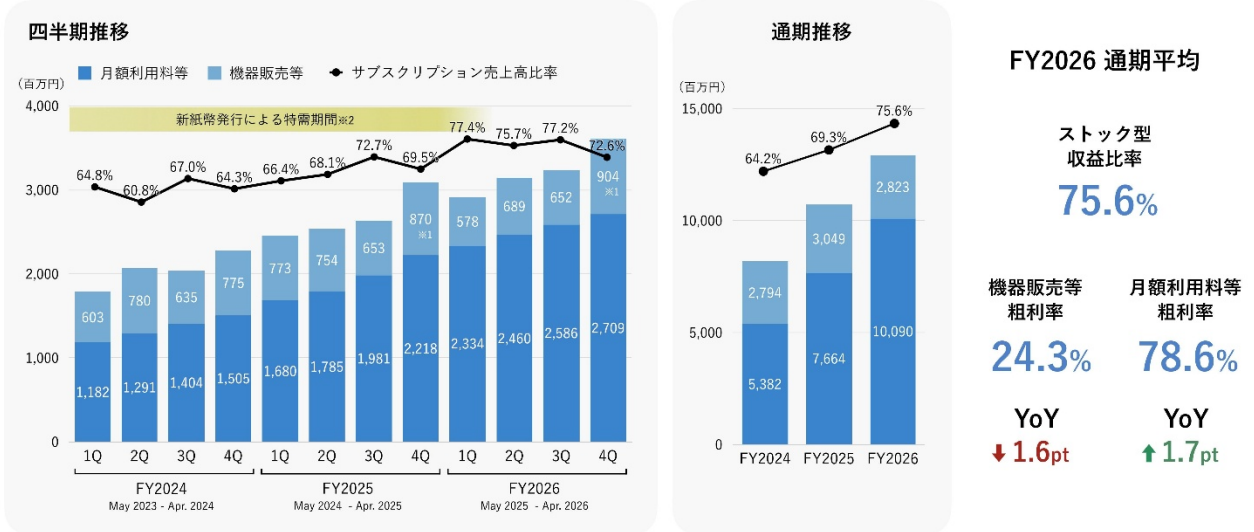
補足：売上原価の主な構成要素：機器仕入・端末関連原価、サーバー費用、開発人件費、決済関連費用（データセンター費用、SIM通信費等）、保守・運用関連費用



※1 カスタマイズ、システム開発、SES（スマレジテックファーム）含む **スマレジ**

売上原価や売上総利益率の変化について、6 ページで補足をいたします。売上原価の伸びが抑えられた背景は、売上構成の変化です。レジ周辺機器の一括販売から機器サブスクへの転換が進んだことで、月額利用料等の構成比が上昇しました。結果的に粗利率が 65.7%まで向上しております。売上が伸びただけではなく、より収益性の高い売上構成へ移行しているのが現状でございます。

月額利用料等はYoY+31.7%と高い成長を継続。4Qの一時的な機器販売増があったものの、通期平均のストック型収益比率は75.6%へ安定的に向上

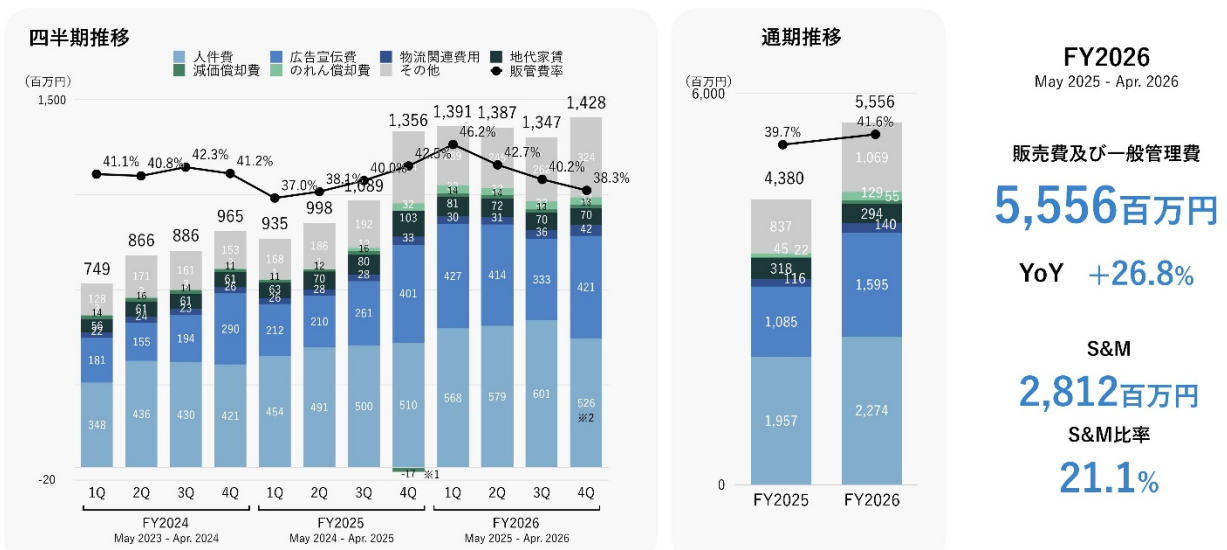


※1 既存顧客向けに自動的残機キャンペーンを実施。 ※2 新紙幣発行による影響額 (FY2024:約2億、FY2025:約1.5億)  
補足: FY2026 1Qより「保守サービス料」を機器販売等から月額利用料等へ区分変更。過去期間にも適及適用し、全期間の定義を統一

スマレジ

関連して10ページをご覧ください。月額利用料等は前年同期比プラス31.7%と、高い成長を継続しております。第4クォーターは一時的に機器販売等が増加したため、サブスクリプション売上高比率は前四半期から低下しましたが、通期平均では75.6%まで上昇しております。右側に記載のとおり、月額利用料等の粗利率は78.6%となっております。機器販売等と比べて高い水準でございます。月額利用料等の構成比が高まることで、全体の粗利率改善にも繋がっている状況でございます。

広告宣伝費、人件費、のれん償却費等の成長投資に伴い通期販管費はYoY+26.8%で着地。通期販管費率は41.6%へ上昇



※1 FY2025 4Qの減価償却費は一時的にマイナス。拠点やショールームの増設・移転により減価償却費は増加したが、その一方で資産除去債務の履行に伴う差益が発生  
※2 FY2026 4Q人件費は、賞与引当金の戻入や株式給付費用の減少等によりQoQで減少

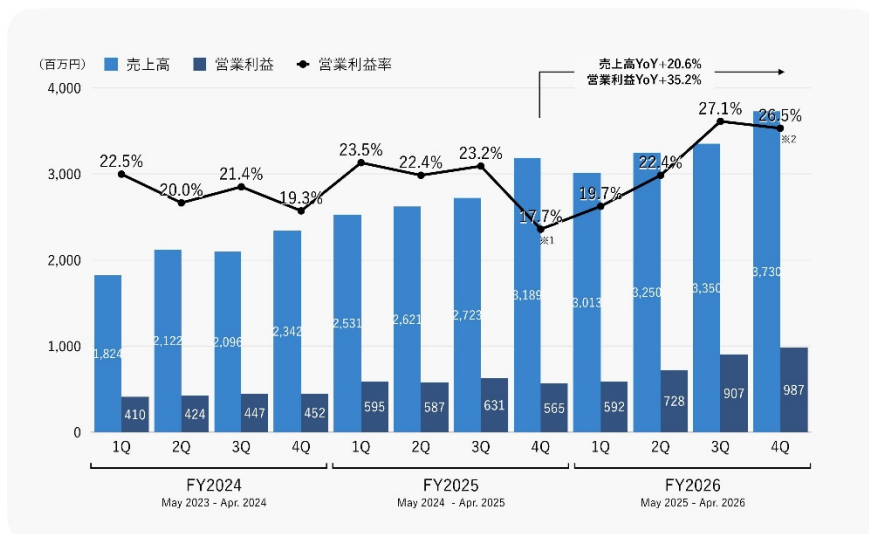
スマレジ

11 ページ、販管費の推移です。通期の販管費は、広告宣伝費や人件費のれん償却費などにより、前年同期比プラス 26.8%となりました。販管費率は 41.6%へ上昇しておりますが、これは売上成長に向けた投資を継続した結果でございます。第 4 クォーターにしましては、広告宣伝費やその他費用の増加により、前四半期に比べて販管費が増加しております。なお、人件費や賞与や株式給付、採用教育費などの減少により、前四半期比では減少しております。

**連結 売上高・営業利益・営業利益率の四半期推移**

2026年4月期 決算概要 8

既存顧客向け施策に伴う売上原価と広告宣伝費の増加により4Q利益率はQoQで低下するも、ストック収益比率向上により通期営業利益率は24.1%へ改善



**FY2026**  
May 2025 - Apr. 2026

営業利益率  
**24.1%**

YoY  
↑2.6pt

QoQ  
↓0.6pt

※1 FY2025 4Qは、他社POSサービス終了に伴う顧客譲受費用約42百万円、旧決済端末の廃棄費用約32百万円等の一時費用が発生  
※2 FY2026 4Qは、既存顧客向け施策や複数店舗開業に伴う売上原価、広告宣伝費等の販管費がQoQで増加

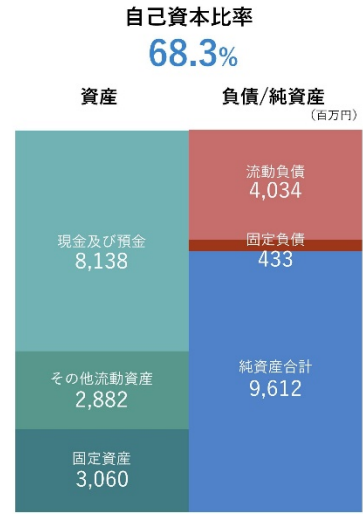
スマレジ

少しページを戻していただいて、8 ページをご覧ください。ここまでご説明したとおり、売上構成の変化と販管費の動きを踏まえた四半期ごとの売上高、営業利益、営業利益率の推移でございます。

売上高は各四半期で着実に拡大し、営業利益も拡大基調で推移しております。第 4 クォーターの営業利益率は、既存顧客向け施策に伴う売上原価や広告宣伝費の増加によりまして、前四半期比ではやや低下しております。通期の営業利益率は 24.1%となり、前年から改善しております。またストック型収益の拡大によりまして、通期での収益性はさらに高まっている状況です。

決済事業の最適化により流動資産・流動負債が増加するも、継続的な利益の積み上げにより68.3%の高い自己資本比率と堅固な財務健全性を維持

(百万円)	FY2026 4Q	FY2025 4Q	YoY	FY2026 3Q	QoQ
流動資産	11,020	7,825	+40.8%	9,784	+12.6%
うち現預金	8,138	5,912	+37.6%	7,209	+12.9%
固定資産	3,060	3,092	-1.0%	3,093	-1.1%
資産合計	14,080	10,917	+29.0%	12,877	+9.3%
流動負債	4,034	2,805	+43.8%	3,549	+13.7%
固定負債	433	438	-1.2%	413	+4.8%
負債合計	4,467	3,244	+37.7%	3,963	+12.7%
純資産合計	9,612	7,672	+25.3%	8,914	+7.8%
負債・純資産合計	14,080	10,917	+29.0%	12,877	+9.3%

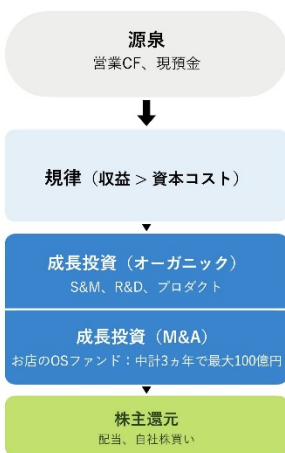


スマレゾ

14 ページ、貸借対照表です。決済事業の運営体制変更により、流動資産、流動負債は増加しておりますが、これは運営上の資金の流れによるものです。継続的な利益の積み上げによりまして、自己資本比率は68.3%と高い水準を維持しております。引き続き健全な財務基盤を維持できていると考えております。

営業CFと健全なバランスシートを源泉に、資本コストを上回る収益性を投資判断の基準に成長投資を最優先し、規律ある株主還元との両立をはかる

配分の優先順位



資本効率の規律

資本コストを上回る収益性を投資判断の基準に。M&Aは取得規律（第3次中計における累計投資枠は最大100億円程度、ARRマルチプル2倍以下）で担保。

ROE 25.8%

営業利益率 24.1%  
20%以上を意図

プライム・スタンダード市場上場企業を対象とした東証の要請「資本コストや株価を意識した経営」に対応

株主還元

配当金総額	462百万円
配当性向	20.7%

配当：配当性向20%程度を目安  
自社株買い：実績2回/計約7.6億円/自己株式2.3%保有  
総還元性向：株価・PBR水準をみて機動的に運用

キャッシュアロケーション

キャッシュ創出力	手元流動性	財務健全性
営業CF 3,120 百万円	現預金 8,138 百万円	自己資本比率 68.3%

現預金は、成長段階に応じて資金需要が高まる事業への投下原資として保持し、規律をもって配分する。

1. M&Aの原資
2. 決済・フィンテック領域の事業資金（運転資金・決済原資）
3. 株主還元の機動的余力（株価水準に応じた自社株買い等）

スマレゾ

16 ページをご覧ください。当社は営業キャッシュフローと健全なバランスシートを源泉に、成長投資を最優先しながらも、規律ある株主還元との両立を図る方針でございます。営業キャッシュフ

ローは 31 億 2,000 万円、現預金は 81 億 3,800 万円となっております、今後の成長投資に向けた十分な手元流動性を確保できております。

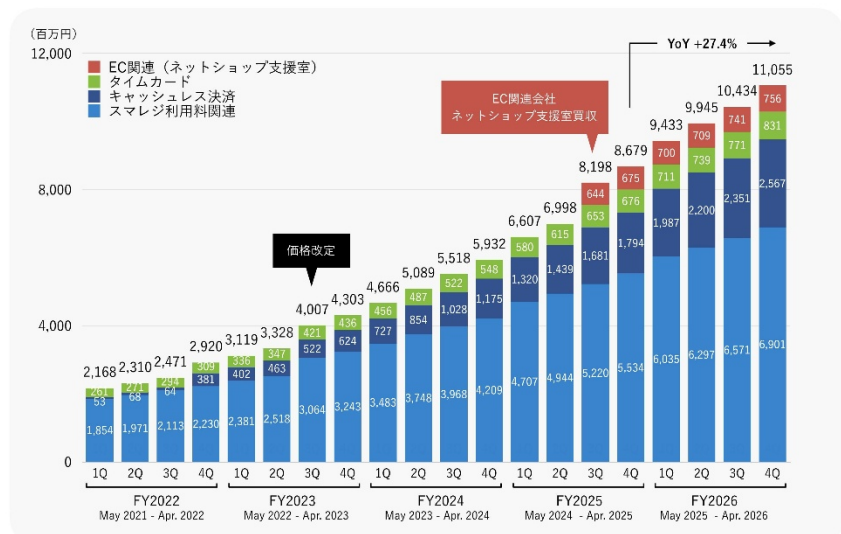
投資判断におきましては、資本コストを上回る収益性を重視しております。オーガニック成長への投資に加えて、M&A についても第 3 次中期経営計画でお示しているような規律に基づきまして、最大 100 億円程度、ARR マルチプル 2 倍以下を目安に検討してまいります。株主還元に関しましても、配当性向 20%程度を目安にしつつ、株価水準や資本効率も踏まえて、自社株買いも機動的に検討していきたいと考えております。投資を優先しながらも、資本効率と株主還元を意識した経営を進めてまいります。

## ARRの推移

事業の状況 22

コア事業であるPOS×決済のクロスセルが力強く進捗。ストック型収益の積み上げにより、ARRはYoY+27.4%の110.5億円を達成し継続成長を牽引

ARR  
110.5億  
YoY +27.4%  
QoQ +6.0%



補足：FY2026 1Qの決算説明資料より、「機器販売等」に計上していた「スマレジ保守サービス料」は、継続的な定期保守サービスである実態に合わせ、「月額利用料」へ区分変更いたしました。FY2026 1Qの「スマレジPOS関連」のARRには、この定義変更による影響額約2.7億円が含まれます。過去分の遡及修正は行っていません。参考データとしてAppendixに遡及修正したデータを掲載しております。

スマレジ

22 ページ、ARR の推移をご覧ください。ARR はストック型収益の成長力を示す指標でありまして、当社が最も重視している KPI でございます。2026 年 4 月期期末の ARR は、前年同期比プラス 27.4%の 110 億 5,500 万円となりました。POS を基盤に、決済のクロスセルが進み、その他の複数サービスをご利用いただけるお客様が着実に増えております。

第3次中期経営計画の初年度として、「お店のOS」構想に基づく成長戦略による増収増益を計画  
 ストック型収益率の向上に伴い、高い水準で安定した利益成長を計画

連結業績予想 ※

(百万円)	FY2027 May 2026 - Apr. 2027		FY2026 May 2025 - Apr. 2026
	計画	YoY	実績
売上高	<b>15,387</b>	+15.3%	13,345
ARR	<b>14,200</b>	+28.4%	11,055
営業利益	<b>4,004</b>	+24.5%	3,216
経常利益	<b>4,004</b>	+25.7%	3,186
当期純利益	<b>2,781</b>	+24.8%	2,228

配当予想

	FY2026実績	FY2027計画
基準日	2026年4月30日	2027年4月30日
1株あたり 当期純利益	115.71円	144.38円
1株あたり配当金	24.00円	29.00円
配当性向	20.7%	20.1%
配当金総額	462百万円	-

※2027年4月期の業績予想は、決済関連事業の拡大を見据えて設立した子会社を含む連結業績予想として開示

スマレゾ

続いて2027年4月期の業績見直しについてご説明いたします。36ページをご覧ください。2027年4月期は、第3次中期経営計画の初年度となります。売上高は前年同期比でプラス15.3%、営業利益はプラス24.5%を計画しまして、引き続きお店のOS構想に基づく成長戦略を進めることで、増収増益を見込んでおります。

ここまでご説明したとおり、ストック型収益比率の向上によりまして、収益構造は着実に改善しております。来期もこの流れを継続し、営業利益についても高い水準での成長をイメージしております。また配当につきましては、1株当たり29円、配当性向は20.1%を見込んでおります。

「お店のOS」戦略に基づいた成長戦略により、2027年4月期ARRはYoY+28.4%の142億円を計画  
外部環境を追い風に、さらにプラスアルファでの積み上げを目指す

(百万円)	FY2027 May 2026 - Apr. 2027		FY2026 May 2025 - Apr. 2026
	計画	前期比 YoY	実績
ARR	14,200	+28.4%	11,055

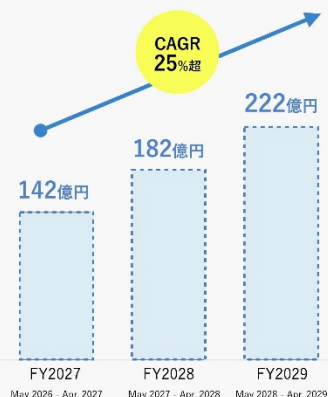
- ・決済+POSの一体提供の強化
- ・機器販売のフロー収益から機器サブスクのストック型収益への転換を推進
- ・決済バリューチェーンの改革によるテイクレートの向上を目指す



プラスアルファの積み上げを目指す

- ・免税リファンド方式の導入に伴う決済促進
- ・政府推奨の消費減税に対応できるスマートレジシステムの普及

第3次中期経営計画のARR増大計画



スマレジ

37 ページ、ARR ガイドダンスです。2027 年 4 月期の ARR は、前年同期比プラス 28.4%の 142 億円を計画しております。成長の中心は、引き続きポスト決済の一体提供です。機器販売のフロー収益から、機器サブスクによるストック型収益への転換もさらに進めていきます。

決済領域では、バリューチェーンの改善やテイクレートの向上にも取り組みます。さらには免税リファンド方式への移行や消費税変更といった、外部環境の変化もプラスの成長機会として捉えております。第 3 次中期経営計画で掲げる ARR222 億円に向けて、初年度から着実に成長を積み上げてまいります。

以上 2026 年 4 月期の業績と、2027 年 4 月期の業績見通しについてご説明いたしました。

本日は皆様との会話の時間をできるだけ確保するために、私からの説明はハイライトに絞りました。解説の中で触れきれなかった事業 KPI や各施策、その他のご関心事項につきましては、この後の質疑応答の中でお答えいたします。

## 質疑応答

---

**司会 [M]**：それでは、ここから質疑応答を始めたいと思います。本日は、代表の宮崎、取締役の高間館、高橋の3名で対応いたします。なお、類似のご質問については、まとめてお答えする場合がございます。お時間の許す限り、できるだけ多くのご質問にお答えしていきますので、よろしくお願い致します。

それでは早速、宮崎さん、お願いします。

**宮崎 [M]**：では早速、皆様からのご質問に回答していきます。まずは事前登録フォームでいただいたご質問から回答させていただきます。

**質問者 [Q]**：株価が低迷しています。SaaS全般の影響もあるでしょうが、情報開示が不足しているのが影響しているとも思われます。毎月速報ベースで昨対ARRの状況など主要KPI動向を開示してほしい。

**宮崎 [A]**：回答させていただきます。ご指摘は受け止めております。一方で、月次は季節性とか一時的な変動の影響が大きく、短期のノイズが事業の本質的なトレンドをかえって見にくくすると考えております。当社としては開示を四半期に統一しまして、ARRをはじめとする主要KPIをその中で継続的にお伝えしていく方針でございます。

**質問者 [Q]**：業績はこれだけ順調ではあるが株価は下値探り状態、投資家の不安は何と考えておりますか。またその解消策は議論されているのでしょうか。

**宮崎 [A]**：回答させていただきます。足元の株価は当社固有の要因というよりかは、SaaSやソフトウェアセクター全体の見方を反映したものと捉えております。同じSaaSのセグメントでもやはり各社明暗が分かれておりまして、業界全体のバリエーションが調整局面に入ったと認識しております。マクロのセンチメントでは、当社単独でコントロールできるものは少ないので、私達はコントロールできる業績に集中して、結果で応えていきたいと考えております。

**質問者 [Q]**：直近の業績予想の変更にて、ストック収益の増加とそれに伴い売上減と発表されておりましたが、27期業績への影響はあるのでしょうか。また影響があるとしたらどのくらいと見込んでいますか、教えてほしいです。また、ガイダンスですが、目標ARRに対して、売上高が少なく見えます。機器販売からサブスクへの転換の加速という認識でよいのでしょうか。

**宮崎 [M]**：高間館さん、回答お願いします。

**高間館 [A]**：はい。業績予想のストック収入の増加で売上が下がります、と発表させていただきました。2027年7月期の業績には影響はあるんでしょうかということなのですが、ガイダンスでお示ししているとおりで、ストック比率の上昇に伴ってARRとか利益の伸びに対して売上高の伸び

が相対的に小さく見えるという状況になるのではないかと思います。これは、収益構造がストック中心で移行していく過程で生じているもので、利益の伸びについては、従来とおり堅調に推移すると思います。

具体的には、成約案件におけるサブスクプランの占める比率、その向上を前期以上に見込んでいます。内訳は開示していませんので、機器の初期販売、機器販売の売上高が前期に比べて目減りすると思います。結果、ARRの伸びに対して売上高の伸びが弱く見えるという状況が起こると思います。

**質問者 [Q]**：現在の競争環境の認識と広告効率の改善について、どう捉えているか。

**宮崎 [M]**：高間館さん、お願いします。

**高間館 [A]**：広告については、各社引き続き積極的で、競争環境は結構厳しいです。そういう認識をしているのですが、出稿の一つ一つに関してはかなり細かく、費用対効果をユニットエコノミクスとして測ってコントロールしていますが、その中で決済その他クロスセル、弊社ございます。顧客1件あたりの経済性、ユニットエコノミクスが他社と比較して優位にあるのではないかと見ています。決済その他のプロダクトのクロスセルが進むほど、広告効率は改善していくこととなりますので、この構造を生かしながら、引き続き費用対効果をみてコントロールしていきたいと思っています。

**質問者 [Q]**：質問二つあります。1点目、今後の成長戦略において既存顧客の単価向上と新規顧客獲得のそれぞれについて、現在の成長寄与の比重と今後の重点方針について教えてください。また新規開拓について、営業体制やマーケティングの面で拡張余地についても併せて教えてください。

**高橋 [A]**：こちらは高橋から回答させていただきます。今後の成長戦略におきまして、新規の獲得と既存顧客のアップセル、クロスセルの両面が大事だと考えています。成長の柱は、顧客数の増加に加えて、ARPUの向上がより重要と考えています。POSの決済に加えまして、タイムカード、予約管理、CRMといった店舗向けサービス、さらには金融サービスをクロスセルしていくことで、1顧客あたりの単価を引き上げていくことが大事だと思っています。

われわれPOSの事業から始まりましたが、今は決済や予約管理、勤怠管理と幅広く事業を展開、広げてきてはいるのですが、数年来ご利用いただいているお客様の中には、そういった新しいサービスをご存知ないお客様も中にいらっしゃいます。われわれの努力不足もあるのですが、そういった既存のお客様にも幅広く提案し、新しいサービスをたくさん使っていただくことで、単価の向上を図っていきたくと考えております。そのために、カスタマーサクセス部門、現在人員の増加と強化を図っております。

**宮崎 [M]**：事前質問は全部終わりました。なので、Zoomにてご質問いただいているものを、今から読み上げていきます。

**質問者 [Q]**：高市政権の選挙公約の食品消費税減税に関して、従来型のPOSレジでは税率変更への対応で時間がかかるということで、政府がこのところスマートレジの導入を後押ししていると思

います。直近でも4月30日付で経産省が、ホームページで確認できますが、スマートレジシステムの普及に向けた取り組み概要をリリースしております。その中で5月以降、業界団体と連携しスマートレジシステムの普及に向けたプロモーションを本格化していきますと記載があります。

まず、この政府の動きは今期の業績予想にある程度織り込んでいますか。また実際その動きは進んでいますか。そして、御社の売上に何らかの影響は出ますか。

**高橋 [A] :** 結論から申し上げますと、今期2027年4月期の業績には明確には織り込んでおりません。2019年の軽減税率導入時に多くの事業所が、既に複数税率対応レジの入れ替えを対応が完了しているため、今回の変更によってどれだけの更新需要が喚起されるのか、われわれではまだ読みにくい部分があり、業績予想に織り込んでいません。ただ、何らかの需要の喚起は期待できると思いますので、プラスの要素としては働かだろうと期待を持っております。

**質問者 [Q] :** 次の質問です。10ページでサブスク売上高の前年同期比の四半期推移を見ると、第2クォーターが37.8%、第3クォーターは30.5%、第4クォーターは22.1%と、急減速のように見えますが、これはこういった状況でしょうか、背景でしょうか。そして今後はこの伸び率はどのように推移するのでしょうか。前四半期比の年率で見ると前々期の4クォーターの47.9%から、前期は第1クォーター以降に10%前後に低下しております。前期の第1クォーターに何か変化がありましたか。

**高間館 [A] :** 10ページ、売上高の内訳で月額利用料等のサブスク売上高と、機器販売内訳を示したのについて、前期はネットショップ支援室の子会社化があり、第3クォーター以降にEC関連の月額収益が連結に入っていますので伸びている状態になっています。従って、今期の第3クォーター、第4クォーターは比較対象になる前年の水準がすごく高くなっているため、YoYの伸び率としては低く見えているのではないかと思います。

ごめんなさい。後半のご質問がどの期のことを言っているのかわからないので、申し訳ありませんが、また別途ご回答申し上げます形で、読み解いて送りたいと思います。月額利用料等のサブスクリプション売上高の金額自体は、第1クォーターから第4クォーターまで四半期ごとに確実に積み上がっております。

**質問者 [Q] :** なぜ株主還元を今導入したのですか。規模や利回りを見るに十分ではないものと見えます。どちらかという成長に資金を回して株価を上げてほしいのですが、事業投資よりも株主還元の方が、株価が上がるとの判断なのでしょうか。もしくは株価の安定した上昇をあまり気にされない方針なのでしょうか。

**高間館 [A] :** ではご回答申し上げます。これはどちらのご意見も頂戴することがあるので、難しい部分ではあるのですが、今回スライドの16ページでキャピタルアロケーションのスライドを差し込ませていただいておりますが、そこにキャッシュも含めたキャピタルの配分の優先順位みたいなものを書いています。

高い収益力を維持していくことはもちろん最優先してやっていくのですが、その上で事業成長にどれだけキャッシュを割くかは、内部で丁寧に基準を持ってやっていて、株主還元を一番下に書いてますけれども、配当や自社株買いで還元をしていく前に、確実に事業成長、成長投資を行っていく。S&M、R&D、当然ですが、M&Aの資金も含めてきっちりと投じた上で、株主に配当で還元をしていく、という余力は十分にあるだろうという水準で行わせていただいています。決して事業成長よりも優先しているというわけではありませんので、ご理解いただければと思います。

**質問者 [Q]**：売上増収率は少し鈍化しているように見えますが、こちらは売上構成の変更によるものと考えてよろしいでしょうか。また今期広告宣伝費のイメージ、今後比率として目安はございますでしょうか。

**高間 館 [A]**：売上増収率は、15%少し鈍化という話ですが、こちらは先ほど申し上げたとおり、構成比の変化によるものでございます。

後半部分の今期の広告宣伝費のイメージ、今後の品質としては開示していないのですが、今期、2026年4月期に関しては10%超える比率で着地をしています。それが大きく増額をして比率がぐっと上がることは、今のところ考えていませんので、引き続き費用対効果を図りながら効率的に投じていきたいと思っています。

**質問者 [Q]**：第4クォーターはPOSの有料店舗数が一定積み上がった印象ですが、背景には何か大型の獲得などあったのでしょうか。また22期でより高い成長を見込む上で、オーガニック成長の土台となるPOSの獲得についてはどう成長させていく予定でしょうか。高橋さんより施策や計画を伺いたいです。

**高橋 [A]**：高橋から回答させていただきます。第4クォーターは、每期POSのリードが増える時期で、それによって一定増加しているものと思っております。第4クォーターで特別な大型加盟店の獲得があったかということ、特段そうではなくいつもどおり数店舗を中心としたSMBの獲得で積み上がったものになります。

特に26年4月期においては、商談化率や成約率にしっかりこだわって行動範囲を設定した結果、だいたい生産性が上がって第4クォーターが上がりましたので、その結果として、そちらも有料店舗の増加に繋がったものではないかと思っています。続いて22期の成長において、おっしゃるとおりPOSの成長が一番重要なところで、全国化粧品協会のPOSの入れ替え需要について、我々が推奨POSの一つとして今ご案内差し上げています。そこで大型の獲得が目指せると思います。以上でございます。

**質問者 [Q]**：経営陣が3名と少数精鋭な印象です。プライムを目指す上で布陣の増強等も計画されているかと思いますが、こういった人材、スキルの補強を目指されているのでしょうか。

**宮崎 [A]**：特段増強みたいなものは計画しておりません。現取締役のバックグラウンドを説明しますと、僕がプロダクト、高橋が営業で高間館がM&Aと、それぞれの領域を担っているのですが、それぞれが事業会社での社長というか代表経験がありまして、各事業の解像度が比較的高いと感じ

ております。また取締役陣を補完するような執行役員が少しずつ育ってきているので、今のところ、人が足りないとはいえ大きな問題はないという認識でございます。

**質問者 [Q]：** 機器販売から機器サブスクリプションへの転換について二つ質問があります。

1 点目、サブスクモデルが選ばれる理由について、初期費用を抑えられるメリットは理解しているのですが、サブスクの場合トータルの支払額は販売モデルを上回るケースが多いのではないかと推察しております。また、競合他社では機器を無料提供または、大幅ディスカウントで提供している事例も多く見られます。そうした環境下で貴社のサブスクリプションが顧客に選ばれている理由、差別化のポイントについて、可能な範囲でご教示いただけますでしょうか。

2 点目、機器サブスク提供における参入障壁について、他社ではあまり機器サブスクを提供していないように見受けられますが、機器をサブスク形式で提供するにあたって、ライセンスやリース業登録、与信スキームなどへ何らかの参入障壁が存在するのでしょうか。貴社の優位性の源泉として、捉えられる要素があればお伺いしたく存じます。

**高橋 [A]：** 高橋から回答させていただきます。サブスクモデルが選ばれる理由ですが、ご指摘のとおり、例えば5年トータルで見ると、サブスクよりも買い切りの方が安く済むケースが多いとは思っています。ただ、われわれの新規商談の半分ぐらいが新規開業のお客様で、これからお店を始める、この先何年もやりたいけれど本当に実際どうなるかわからないという不確実性も伴っていると思っています。

そこを考えると、月額払い年契約にはなるのですが、サブスクの方がリスクとリターンの関係で良いのではないかというご判断のもと、また伸びているかなと思っています。一方で、エンタープライズのお客様、数十店舗・数百店舗のお客様は、すでに会社として、店舗として安定しているので、こういった領域のお客様はサブスクよりは買い切りの方が多いいと思いますので、お客様の状況に応じてご選択いただく、ご提案させていただくことで伸びている。

差別化、参入障壁ですが、特段このビジネスにライセンスやリース業登録が必要かというところではなく、与信スキームも特段特別なことはしておりません。ただ、当然原価は一気にかかって、一方で収入は月次で入ってくるという形になりますので、小規模事業者ではなかなかできないか、事業ではないと思っています。

ただ、われわれ POS を提供しておりますので、例えばリース会社よりもリアルタイムで経営状況が把握できるというのが、途上与信の観点でいうと優位性があると思っています。以上でございます。

**質問者 [Q]：** プライム市場への移行で浮動株比率 35%が現状でどの程度か。既存株主としては 50% へ向けて増資や PO が気になります。

**高間館 [A]：** プライム移行の過程で、浮動株比率と記載いただいているのですが、もしかしたら流通株式比率かも知れないので、そちらについて少しお話をさせていただくと、前回の決算説明会でも同様のご質問があって、満たしていますと返答させていただいたんです。

明確に控除対象みたいなところを開示はしてないので、今のところ満たしていますということです。増資 PO は適宜検討していければとは思っているのですが、今のところ当然決定しているものはありませんし、状況に応じて検討して、なるべく株主の皆様には迷惑をかけない形でとは考えております。

**質問者 [Q]**：来期の予算に免税リファンド事業、消費減税におけるリプレース需要の貢献度はどれぐらい見えていますか。

**高橋 [A]**：高橋から回答させていただきます。免税リファンド事業に関しては、スマレジが承認送信事業と、あと PAYGATE が両方使われているお客様の分に関しては、一定予算の方に見込んでおります。しかし、決算説明書にも書いてあるとおり、POS の加盟店における PAYGATE のクロス率はまだ 17%、そんなに高くないので、大半のお客様が他社端末をご利用いただいております。その分に関しては業績、予算には織り込んでいません。消費税減税によるリプレース需要の貢献度に関しては、先ほどのご質問で回答させていただいたとおり、現時点では読みづらいこともありますので業績予想には織り込んでおりません。以上でございます。

**質問者 [Q]**：新しい期における採用計画はどのような予定でしょうか。AI により効率化が進んでいると、中期経営計画資料でも記載がありますが、前期と比較して増加率は変わっていくのでしょうか。

**宮崎 [A]**：そうですね。AI によってレベルの高くないタスクにおいては AI で終わると思っていて、採用数自体はそんな変わらないとは思っています。一方で、内訳がすごく変わってきていて、ソフトウェアエンジニアにおいては、シニアの採用しかやらないような状況になると思います。同様に、カスタマーサポートにおいても音声の自動回答であったり、そういったことを利用して、あんまり採用はしない方針であります。一方、やはり独自性というか、人じゃないと駄目なような営業分野においては、ある程度採用を見込んでおります。概要としてはそんな感じですが、皆様補足ありますか。

**高間館 [A]**：来期の採用計画としては、一応予算上は相応採用教育費ですとか、紹介料かかる部分もありますので、見込んではいませんが宮崎が申し上げたとおりで、なるべく増やさなくてもいいようにきっちりと活用しながら進めていきたいとは考えております。

**質問者 [Q]**：機器サブスクがストック型収益比率の変化の一因となっているようですが、新規商談における選択率は現在どのくらいなのでしょう。また現在の水準からさらに拡大を見込まれているのでしょうか。

**高橋 [A]**：高橋から回答させていただきます。足元は大体 40%ぐらいと思っております。まだ伸びる余地があると思っております。今期も足元よりはサブスク比率を伸ばしていきたいと予想に盛り込んでおります。

**質問者 [Q]**：今後の中長期の株価上昇についてのシナリオや、考えうる重要事項を教えてくださいませんか。

**宮崎 [A]**：考えうる重要事項は教えられないのですが、どう上昇していくかについて、あくまでそのマクロの話で言いますと、大体ご存知だとは思いますが SaaS 銘柄は大体の PR で 30 から 40 ぐらいの状況でした。現時点でいうと、20 から 30 で、SaaS is Dead の文脈で短期脳であったりとか、データを持っていないところにおいては 20 以下みたいな状況になっていると考えております。そういう観点でいくと、われわれの中期経営計画は、投資をしながらも利益を分厚くしていく計画なので、利益が株価を押し上げるような結果になるのではないかと経営陣は思っています。

**質問者 [Q]**：競争が激化する中で、中期の CAGR プラス 25%が到達される場合には、営業利益水準は現状比でどの程度見ているのでしょうか。また競合による価格競争のリスクをどうお考えでしょうか。

**高間 館 [A]**：今期の営業利益率に関して、24%ベースでキャピタルアロケーションのスライド、16 ページにも書いているのですが、20%以上の営業利益率は経営陣も意識してやっていますし、そこは下回らないよう進めていく予定です。

ただビジネスモデルとしては、当然サブスク比率がどんどん高まっていく中で、ストックの売上が増えれば増えるほど、それに応じてその人員、先ほどの人員の話ですとか諸々コストが同じ比率で上がっていくというモデルではないので、理論上営業利益率はだんだん上がっていく。キャピタルアロケーションのところにも書いてあるとおりでして、例えばその M&A をするとか、そういうことがあると営業利益率にある程度影響を及ぼすという事象になりますので、これらを含めても 20%以上は最低でもきちっと出したいと思っています。

また、価格競争について、スマレジも数年前に価格改定を行ったのですが、これは例えば AI によるか、競合が出てきて安いプランを出してきたかというご質問とは思いますが、今のところ本当に対応しなければならないような環境にはなっていません。スマレジが数年前に価格改定をしたときに、他社も合わせてやってきたところもありますので、そこの打ち手を少し間違えないようにしていかないといけないと思っていますが、リスクでいうとおそらくその業界によってかなり変わってくると思います。

求められる機能要件から、当然ですが低ければ低いほど価格競争に巻き込まれるリスクが高くなってくると思いますので、そこに巻き込まれないよう、機能要件、機能性を上げて、きちんと価格と同等の価値を訴求していけるように、製品、プロダクト戦略を練っていく必要があると思っています。

**質問者 [Q]**：21 期は通年でテレビ CM を放映された認識ですが、認知度の向上など、こういった効果を実感されているか教えてください。

**高間 館 [A]**：CM を放送しました。見ていただいたようでありがとうございます。

認知度調査に関しては定期的に行っておりまして、そこで明確にかなり細かい質問項目を多数用意して多面的に計測をしているのですが、例えばスマレジというキーワードを知っているパーセンテージとか、そのあたりに向上が見られると、ある種、一定のテレビ CM の効果と思っています。スマレジではそのテレビ CM への資本投下とその認知度、ちゃんと調査した定量的なデータを紐付

けて、そこを改善していくための打ち手を打っています。実感で言うと、テレビCM見たと言っていただけの人が増えています。

**質問者 [Q]**：ショールームの増設などは予定されておりますか。主要都市には展開されていますのでこれ以上は不要な認識でしょうか。

**高橋 [A]**：高橋から回答させていただきます。具体的な場所と時期は決まっておりますが、今後とも人口やそれに伴う店舗数に応じたショールームの増設は考えていきたいと思っています。1年前に沖縄ショールームを開設しておりますが、開設以降、リード数、商談数がプラスに働いているところがありますので、他の都市でもそういったことは期待できるのではないかと考えると、今後新規の展開は考えていきたいと考えております。

**質問者 [Q]**：子会社ネットショップ支援室の売上高は、買収前と比較してどの程度伸びたのでしょうか。また新たな期においてはどの程度伸ばしていく計画なのでしょうか。

**高間館 [A]**：個別開示はしてないので、あやふやな回答になってしまうかもしれないのですが、買収前に推移していた伸び率と同じぐらい伸びています。ただ、売上高は、重視はしていません。スマレジ本体と一緒に伸び率を重要視しているのは売上高ではなく ARR なので、ARR はスマレジの伸び率と同じぐらいは当然です。規模を考えると、スマレジの昨対の ARR の伸びよりも上で着地しないといけないと思っておりますので、絶賛そこは強化して PMI も行っているところでございます。

**質問者 [Q]**：御社の採用について、新卒はどの程度お考えでしょうか。途中でシニアを採ることは、競合も同様な動きとなるため、新卒でのリソース確保は必要にならないのでしょうか。

**宮崎 [A]**：おっしゃるとおり、各社ミドル以上も、ほとんどミドルも採用しないような状況になりつつあるので厳しいとは思いますが。一方で新卒は、インターンからの新卒採用というのは数年前からやっております。そこが少なからず貢献はするかなとは思っています。抜本的な対策にはなっていないのですが、採用においては考えていきます。ありがとうございます。

**宮崎 [M]**：ただいまをもちまして質疑応答を終了いたします。たくさんのご質問ありがとうございました。最後に締め言葉があります。

1台のPOSレジからわれわれが始まったんですが、これからも在庫とか人とか、お金も束ねるお店のOSへと進化していきたいと考えています。テーマとしては、POSからOSへというものを掲げまして、決済をはじめとするフィンテックを第2の柱に育てます。われわれはお店を支えるソフトウェアの提供者から、お店のお金そのものを担う存在へと踏み出すつもりでございます。目指すのは変わらず「お店を元気に、街を元気に！」次の中期経営計画の3年間、全力で走り抜きたいと思っております。

本日はお忙しい中ご参加いただき、誠にありがとうございました。

**司会 [M]**：ここでIRからのお知らせです。当社では、最新のIR情報をニュースレターやLINEでもお知らせしております。毎月配信していますので、ぜひご登録をお願いいたします。

これもちまして、2026年4月期通期決算説明会を終了いたします。本日は最後までご視聴いただき、誠にありがとうございました。引き続きご支援のほどよろしく願いいたします。

[了]

---

#### 脚注

1. 音声不明瞭な箇所については[音声不明瞭]と記載
2. 会話は[Q]は質問、[A]は回答、[M]はそのどちらでもない場合を示す

## 免責事項

本資料で提供されるコンテンツの信憑性、正確性、完全性、最新性、網羅性、適時性等について、株式会社JPX 総研（以下、「当社」という）は一切の瑕疵担保責任及び保証責任を負いません。

本資料または当社及びデータソース先の商標、商号は、当社との個別の書面契約なしでは、いかなる投資商品（価格、リターン、パフォーマンスが、本サービスに基づいている、または連動している投資商品、例えば金融派生商品、仕組商品、投資信託、投資資産等）の情報配信・取引・販売促進・広告宣伝に関連して使用してはなりません。

本資料を通じて利用者に提供された情報は、投資に関するアドバイスまたは証券売買の勧誘を目的としておりません。本資料を利用した利用者による一切の行為は、すべて利用者の責任で行っていただきます。かかる利用及び行為の結果についても、利用者が責任を負うものとします。

本資料に関連して利用者が被った損害、損失、費用、並びに、本資料の提供の中断、停止、利用不能、変更及び当社による利用者の情報の削除、利用者の登録の取消し等に関連して利用者が被った損害、損失、費用につき、当社及びデータソース先は賠償又は補償する責任を一切負わないものとします。なお、本項における「損害、損失、費用」には、直接的損害及び通常損害のみならず、逸失利益、事業機会の喪失、データの喪失、事業の中断、その他間接的、特別的、派生的若しくは付随的損害の全てを意味します。

本資料に含まれる全ての著作権等の知的財産権は、特に明示された場合を除いて、当社に帰属します。また、本資料において特に明示された場合を除いて、事前の同意なく、これら著作物等の全部又は一部について、複製、送信、表示、実施、配布（有料・無料を問いません）、ライセンスの付与、変更、事後の使用を目的としての保存、その他の使用をすることはできません。

本資料のコンテンツは、当社によって編集されている可能性があります。